

企業の高齢化社会への対応(その2)

田 中 由多加

は じ め に

- (1) 高齢化社会へのマクロ配慮
 - (a) 高齢化への急転
 - (b) 企業社員の高齢化傾向
 - (c) 定年の再雇用——老後の生活対策——
 - (d) 高齢化社会における健康・医療〔以上前号〕
- (2) 企業の市場展望に対する必要視点と高齢化社会との関係
 - (a) 消費生活を中心にみる国民意識
 - (b) 家族ライフ・サイクルからみたシルバー層の価値観と動向
 - (c) シルバー層の生活特性——食生活を中心として——
 - (d) シルバー層の生活時間
- (3) 企業のシルバー・マーケットへの対応とあり方〔以下次稿〕
 - (a) 技術革新と新しいマーケットの展望
——商品開発の問題点——
 - (b) シルバー・レジャー・マーケットへの企業の対応
——観光業を中心に——
 - (c) 販売・サービス業のシルバー・マーケットへの対応

(2) 企業の市場展望に対する必要視点と高齢化社会との関係

日本の総人口は昭和60年には1億1,223万人と推計され、65歳以上の人口は1,068万人となるから比率は9.52%となる(人口問題研究所),また、その年の0～14歳の人口は比率において23.35%,15～64歳の人口は67.13%である。

減速経済下にあって、昔日の高度成長は望めないが「高齢化社会」(age-

ing society)という望ましくない社会が求めずしてやってくるのであるから、せめて、ビジョンだけでも明るさとゆとりのあるものであってほしいと願っている。

(a) 消費生活を中心にみる国民意識

昭和50年より昭和60年までの間、消費者物価が年平均どの程度上昇するかの問題に対して、大多数の国民は6～10%と覚悟を決めているが、平均的にみて約8.1%が見込まれている。さらに、その上昇要因としては「賃金の上昇」にあると答えたものが過半数といった状態である。一般的にみて国民生活に対する施策として重要なものに、ここ数年の間では「インフレ抑制」、「社会保障の充実」が考えられ、昭和60年頃では「資源や食糧問題の解決」(46.2%)、「社会保障の充実」(18.4%)、「住宅や生活関連公共施設の拡充」(6.9%)が重要施策となることを望んでおり、また予期している。とはいっても昭和50～60年の年平均名目賃金の上昇率は12.0%で、これから物価上昇分を差し引いた年間の実質賃金上昇率は約3.9%となっている。

平均でみたこれら伸び率の数値よりも高くなるものも実に多く、図7に示すように、個人サービス、生鮮食品、外食、出版物、中小企業工業製品、米・麦、民営家賃間代、公共料金

図7 消費者物価総平均の伸び率より高くなる項目

項 目	分 布
個人サービス	85.3
生鮮食品	77.4
外 食	58.8
出 版 物	45.9
中小企業性工業製品	41.9
米・麦	32.3
民営家賃間代	31.2
公共料金	17.2

N = 279人
数字：構成費%

(『10年後の経済予測』より)

主食の米・麦、民営の賃金・間代、公共料金と枚挙にいとまがないが、とりわけ、個人サービスと生鮮食品に相対的な過重伸び率が予想されるのも、物価水準の上昇要因として大きく作用する「賃金上昇」や「流通コスト要因」の影響が大きいものと考えられる。

さて、日本リサーチセンターが経済企画庁の依頼で行なった「国民生活長期ビジョン作成のためのデルファイ調査」によると、消費支出がどのような項目（目的）に重点をおき、消費構造がどのような配分のもとに組成され、この両者の関連がどのようなものであるかが判明してゆく。実はこの調査は、昭和50年1～2月（第1回）、同年3月（第2回）を調査時期とし、調査対象者（回答者）も有識者に偏するきらいもあるが——年齢的にみて、50～60歳代の中高年齢層をも主要調査対象（全体の52.2%）として質問されたものであった。その点、高齢者に関する意識や価値観を知る上にプラスとなり得る。

まず、消費支出目的が昭和60年代にはどのように変化するかについての問題であるが、図8に示されるように、中高年齢層55歳以上の消費生活に

図8 昭和60年頃の消費生活の支出の重点

支出の重点	第1回調査結果 N ₁ 170			第2回調査結果 (全体)N ₂ 138
	若年層(20才前後)	高年齢(55才以上)	全 体	
1. 家庭内での食事を楽しむ支出	3.5	31.2	18.8	0.0
2. 家族そろって外食を楽しむ支出	14.7	25.9	25.3	1.4
3. 別荘、セカンドハウスでの生活を楽しむ支出	3.5	32.4	11.2	1.4
4. 住居、空間の充実と美化を楽しむ支出	9.4	63.1	40.6	32.6
5. ファッション、おしゃれを楽しむ支出	64.8	0.0	10.0	0.0
6. スポーツ等の能動的レジャーを楽しむ支出	80.6	7.1	45.3	18.1
7. 海外旅行を楽しむ支出	61.2	21.2	31.8	2.9
8. 趣味、芸術を楽しむ支出	18.2	74.1	50.0	38.4
9. 社会人として教育、教養を高める支出	16.5	17.1	21.2	2.9
10. 消費よりも収入の増大を重視する	4.7	15.3	12.9	0.7

(注) 第1回目はリミテッド・アンサー(3個)であり、第2回目はシングル・アンサーである。
(経企庁「10年後の生活予測」より)

おける支出目標は、「趣味、芸術を楽しむ支出」(74.1%)が第1位、続いて「住居・空間の充実と美化を楽しむ支出」(63.1%)が第2位、「別荘やセカンドハウスでの生活を楽しむ支出」(63.1%)、「家庭内での食事を楽しむ支出」、「家族そろって外食を楽しむ支出」の順となっている。一応、55歳以上の年齢層では固定的、資産的な住居、空間、趣味、芸術などが中心になっていて、20歳前後の人たちが目標にするファッション、おしゃれ、海外旅行、スポーツなど流動的なものと対比して面白い傾向を示している。

次に全国世帯における生活のため（単に個性的とか裁量消費支出的なものではなく）に必要な基本的消費支出を食料費、住居費、光熱費、被服費、雑費（レジャー費を併せ考えて）などに分けて調査すると図9のようになった。この図をみたところ複雑なので、これらを次の表11にまとめてみた。

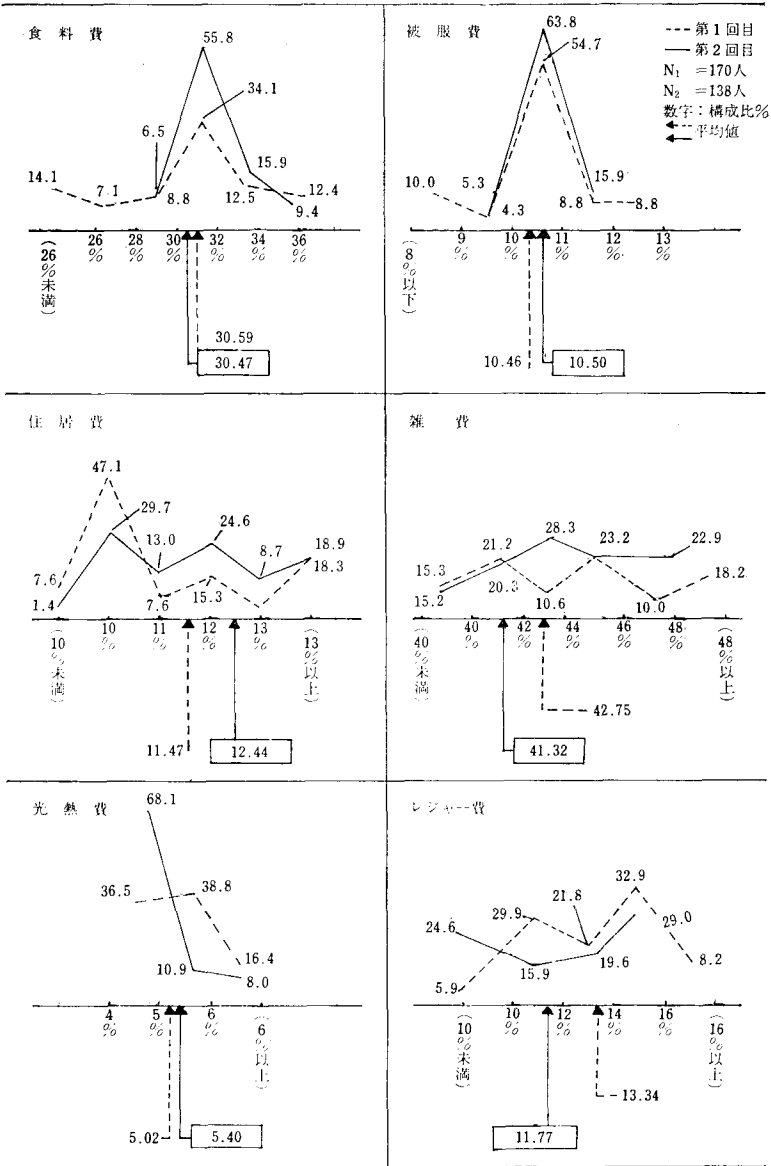
まず、住居費と光熱費は構成比の伸びが著しい。前者の伸びは、市街地の住宅地価格（全国平均）が平均して年々11.4%伸びることが予想され、前記の通り全国消費者物価の年平均伸び率が8.1%であるから、その意味から他の費用よりも、大きいと考えられるのである。さらに、住居費の伸びを裏付けるもの（要因）として、家具・什器の高級化や大型化さらには個性的傾向をあげることができよう。

また、光熱費の伸びの著しい原因としては、石油・電気などのエネルギー

表11 昭和60年の生活費項目別消費支出構造

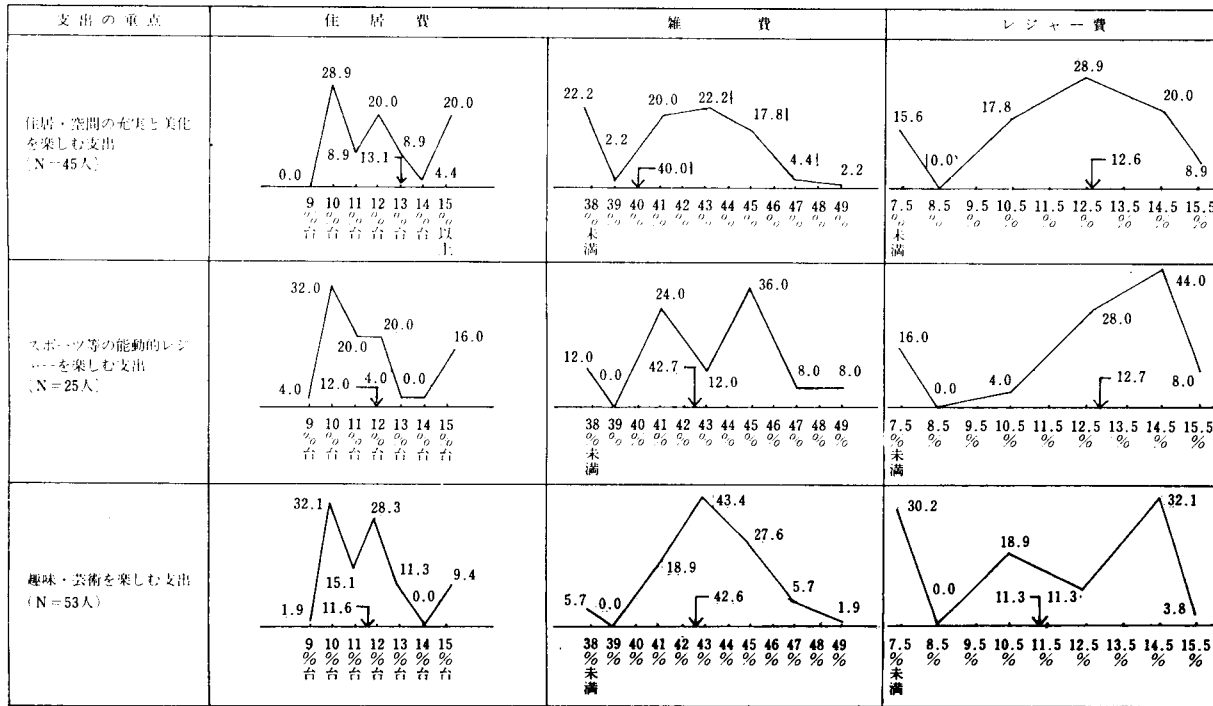
	平均消費支出割合 ()内は以前の割合	予想分布 の分数
食料費	30.47%(32.6%…S42年)	普通
住居費	12.44%(10.3%…S49年)	大きい
光熱費	5.40%(3.8%…S49年)	大きい
被服費	10.50%(11.0%…S49年)	普通
雑費	41.32%(42.3%…S49年)	大きい
計	100.13%(100.0%)	—
レジャー費	11.77%(9.9%…S48年)	大きい

図9 昭和60年頃の全国世帯の消費構造



(経企研・109歳の生活予断より)

図10 消費生活の支出重点と消費構造（昭和60年頃）



「10年後の生活予測」より（数字：構成比% ←平均値）

一問題、さらには冷暖房機器の高級化や大型化に求めうるであろう。それに住居費にせよ、光熱費にせよ、建造、据付、修理などサービスにかかる人件費に多く依存せざるを得ないことにも理由があるといえよう。

そこで、消費生活の支出重点と消費構造との関連であるが（図10）、「住居、空間の充実と美化を楽しむ支出」に重点を置こうとする人たちは、他の支出に重点を置く人々よりも最も住居費構成比が高くなっている。そしてレジャー費構成は普通であるが、雑費の構成比は低い。「住居・空間の充実と美化」に属するものとしては、新・増改築・土地や家屋の入手・造園・室内インテリアなどがこれに含まれよう。

また、「スポーツ等の能動的レジャーを楽しむ支出」にウェイトを置く人々は、最もレジャー費の構成を高くみているし、「趣味・芸術を楽しむ」ことを強く望んでいる人たちの一部には、レジャー費をあまり高くみていない層のあることに気が付く。だが一般に「趣味・芸術」志向の人たちは雑費の構成を高くみつつ、住居費構成比を低く評価する傾向が読みとれる。なお「スポーツ等の能動的レジャー」にはゴルフ・野球・登山・スキー・スケート・ボウリング・テニス・柔剣道・唐手・水泳などが属し「趣味・芸術」の分野には読書・書画・骨とう・稽古ごと・模型製作・音楽や観劇・旅行・学習などが含まれている。

(b) 家族ライフ・サイクルからみたシルバー層の価値観と動向

家族ライフ・サイクルは社会学の立場からその家族の経済的状态、世帯主以外の働き手（収入源）、生活志向性、生活態度、購買傾向などを各段階ごとにまとめるものである。分類されたステージは6段階であり、そのうち、(i)(ii)(iii)の段階はそれぞれ2分類されている。

- (i) 独身（若く単身）
- (ii) 新婚夫婦（若く子供なし）
- (iii) 独立していない子供と同居の夫婦

- 1. 6歳未満の子供
- 2. 6歳以上の子供
- (二) 子供と同居の老夫婦
- (ホ) 子供の巣立った老夫婦（同居の子供がない）
 - 1. 職場の長の立場
 - 2. 職場の長の立場を辞任
- (ハ) 孤独な高齢者
 - 1. 職をもつ
 - 2. 職についていない

表12の各ステージにみられる内容は、購買行動や所得、財的負担などの変化を示す。そしてこの表から理解しうることは、明らかに購買商品がステージの変化とともに違っていることである。しかも同一製品であっても質的に高級品・一般品の差がみられる。例えば、家具に例をとれば、新婚夫婦の場合、求められる家具は感覚的・実用的・耐久性のあるものが好まれるのであるが、独立していない子供と同居する老夫婦の場合、新しいデザイン、風流にして格調ある家具が求められるわけである。

ところで、この表中のステージのうち、高齢者の階層に入れることができるのは「独立していない子供と同居の老夫婦」以降の諸段階である。そしてこれらの諸段階に記されている商品の種類は、家屋、医療機器、医薬品、雑誌、ボート、家具、耐久消費財（具体的には書かれていないが恐らく電気製品、自動車など）である。それにこれらの製品以外に旅行、レクリエーション、贈り物、寄付行為、休暇、家屋売却などの名称が付加され、それらとともに、漠然として「新製品」、「ぜいたく品」が並べられている。もちろん、これら以外に、老夫婦が購入し、使用する物は多いが、これまで考察してきたように、たとえ同一の商品であっても、家族ライフ・サイクルのいずれに属するかによって、また、高齢者といっても単なる年の積

表12 家族ライフ・サイクルの概観

独身者 家庭をもたない 若い独身者	新婚夫婦 若く、子供なし	みたされた家庭 (1) 6歳未満の子供 と同居	みたされた家庭 (2) 6歳かそれ以上 の子供と同居	みたされた家庭 (3) 独立していない 子供と同居の老 夫婦
<ul style="list-style-type: none"> ○経済的負担小 ○ファッション・オピニオン・リーダー ○娯楽志向的 ○購買：基本的な台所設備、基本的家具、自動車、マット・ゲームの設備、休暇 	<ul style="list-style-type: none"> ○近く財政は裕福となる ○耐久財に対して、最高購買率 ○購買：自動車、冷蔵庫、ストーブ、感覚的で耐久性ある家具、休暇 	<ul style="list-style-type: none"> ○家庭の購買がピークになる ○流動資産低し ○財政的地位と貯蓄額に不満を抱く ○新製品に興味をもつ ○広告された製品を好む ○購買：皿洗い機、ドライヤー、TV、ベビーフード、胸部障害とせき止めの薬、ビタミン剤、人形、ワゴン、そり、スケート 	<ul style="list-style-type: none"> ○財政的地位がより良くなる ○妻は働く ○広告に影響されない ○より大きな包装物や多数の組み合わせ商品を購入 ○購買：多くの食料、クリーニング用具、自転車、音楽のレックスン、ピアノ 	<ul style="list-style-type: none"> ○財政的地位はいぜんとしてよい ○より多く妻たちは働く ○若干の子供は就職 ○広告が大きな影響を与える ○耐久財の購入は高水準 ○購買：新しく風流な家具、自動車旅行、 unnecessary 器具、ボート、歯の治療、雑誌
<p>子供の巣立った家庭(1) ともに住む子供をもたない職場の長をしている老夫婦</p>	<p>子供の巣立った家庭(2) ともに住む子供をもたない職場の長を辞した老夫婦</p>	<p>現職に働く孤独な生存者</p>	<p>現職を辞した孤独な生存者</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ○家屋の最高所有 ○財政的地位と貯蓄に最満足 ○旅行やレクリエーションや習いごとに興味をもつ ○ギフトや寄付をする ○新製品に興味なし ○購買：休暇、ぜいたく品、家の改修 	<ul style="list-style-type: none"> ○所得の大幅減 ○家を維持する ○購買：医療機器、医学的管理、保健薬、睡眠薬、消化剤 	<ul style="list-style-type: none"> ○所得はいぜんとして良いが家を売る傾向がある 	<ul style="list-style-type: none"> ○他の退職者たちと同様に、医療と製品が必要 ○所得の大幅減 ○配慮、愛情、保護をとくに必要とする 	

〔出所：William D.Wells and George, Guban, "Life Cycle Concept in Marketing Research", *Journal of Marketing Research*, Vol.3, p.362.およびS.H.Rewoldt, *Introduction to Marketing management*. 2nd ed., 1973, p.128〕

み重ねに終わらないで家族の状況、本人の健康状態、仕事の有無によっても求められる商品の品質・価格・大きさ・重さ・流行性・機能性・色彩・形態などのファクターが異なっている。そこでこうしたことに留意して、製品計画その他のマーケティング諸活動が行なわれることになる。

近年、家族の出生（子供の誕生）、同教育、結婚など親と子供をめぐる有為転変もテンポは速い。すなわち、家族構成員の行動サイクルは一段と急速になっている。だが人間の生命は延長されてきた。下記の数字は率直にこのことを示している。

明治24～31年	男 42.8歳	女 44.3歳
昭和10～11年	男 46.9歳	女 49.6歳
昭和22年 1月～同年12月	男 50.6歳	女 53.9歳
昭和53年	男 72.9歳	女 78.3歳
昭和54年	男 73.4歳	女 78.8歳

かかる大きな延命現象がみられる一方、若い世代の結婚もその時期が速まっていることに注目しなければならない。一般に末子が27～29歳をもって結婚に進むとしても、父親の年齢は57～59歳、まあまあ60歳前後であって、73歳の平均寿命まで15～17年間の年寄り生活を送らねばならないし、母親の方はそれにも増して、実質20年以上の高齢者生活を送らねばならないことになる。夫（父親）も妻と同居できる間は、相互扶助の心掛けで孫の顔を楽しみにして生活を送ることができるが、その頃は職場も定年で解放され、第二の仕事も足腰の痛みとともに離れる運命にある。

なにはともあれ、高齢者生活の期間は、むかしよりも長く延引され、本人と妻の双方のうち、どちらかが早く死亡する（同時に死亡することは普通考えられないし、平均寿命からすれば妻が長く生存する）と残されたものが「独居老人」(solitary survivor) ということになる。同じ独りでも青春の bachelor stage (独身段階) とは生活内容・生活意識も180度異な

っている。

(c) シルバー層の生活特性——食生活を重視して——

1日のうちで一番楽しいときは「家に帰ってテレビを見たり、くつろいでいるとき」が圧倒的に多い。家族との団らん、新聞に目を通したり、テレビを見たり、休息したり、のんびりしているときが1日のうちで最も楽しい時だと意識する（表13）。

この調査に先立って、昭和46年内閣広報室の「社会意識に関する世論調査」によると、60歳以上の場合、「家族団らんの時」（41.1%）、「ゆったり

表13 1日のうちで一番楽しく感じる時 （単位：%）

		会社で働いているとき	会社の仲間と雑談したり遊んだりしているとき	家に帰ってテレビを見たりくつろいでいるとき	職場以外の友人と話し合ったり遊んだりしているとき	その他	無回答	合計
全 体		25.7	16.1	55.9	9.6	5.4	3.1	100.0(479)
性別	男	26.2	15.3	57.4	8.3	6.2	2.6	100.0(385)
	女	23.7	19.7	46.1	17.1	1.3	5.3	100.0(76)
年 令	51～55才	30.6	15.0	49.7	10.9	4.1	2.7	100.0(147)
	56～60才	20.9	16.3	56.6	10.1	6.2	1.6	100.0(129)
	61～65才	25.0	15.6	56.3	7.8	4.7	3.1	100.0(128)
	66～70才	23.5	215.7	72.5	5.9	3.9	5.9	100.0(51)
	71才以上	36.8	21.1	63.2	15.8	21.1	5.3	100.0(19)

（日本リサーチセンター総合研究所 141頁）

休養するとき」(12.9%)、「仕事に打ち込むとき」(32.4%)の結果がみられたが「1日のうちで最も楽しい時」は、すなわち、「生きがい」のことであったように見受けられる。

生活時間の問題は次の(d)で説明するが、大体、テレビは男女とも70歳以上で、平日4時間30分位、60歳代で4時間15分位視聴する。それでもテレビに興ずるだけの健康が維持されているからそれも可能なのであるが、平素、どのような自己健康管理がなされているかについて調べた結果、66～70歳では1位「定期検診」、2位「早寝・早起き・休養」、3位「食事療法」、71歳以上の年令層では、1位「早寝・早起き・休養」、2位「食事療法」、3位「定期検診」の順であった(表14)。

これら自己健康管理の内容のうち、「早寝・早起き・休養」および「定期検診」は努力しさえすれば実行可能な事柄であるが、「食事療法」はその手段や内容からいって仲々困難であり、生活手段の中でも簡単なものではなく、材料の購買・搬入・加工・処理・配膳・後始末と厄介な手続きが随伴する。また、高齢者の場合、嗜好もあり、量より質といった問題も手伝うし、栄養やカロリーや消化吸收などの問題もある。

年齢を限定しないで、生活の充足度と今後の充実意向を質問した調査によれば、現在最も充足されているのは食生活で、今後において最も充実してゆきたいとされるものは、貯蓄、住生活(家庭電気製品、住宅、家具、インテリア)、余暇(趣味、スポーツ、レジャー)などとされている(昭和51年11月、日本リサーチ総合研究所調査)。

食生活がたとえ充実していても、ことに高齢者による食生活目標が前記のような「食事療法」にあるとすれば、一層、食生活の意義は大きくなり、高齢者層に対する影響度は強くなる。

昭和51年度の国民生活白書によると、①合理的節約態度の定着、②価格意識の先鋭化、③手づくり化傾向、④本物志向、⑤自主的生活態度の浸透、

表14 健康管理とその内容

(単位：%)

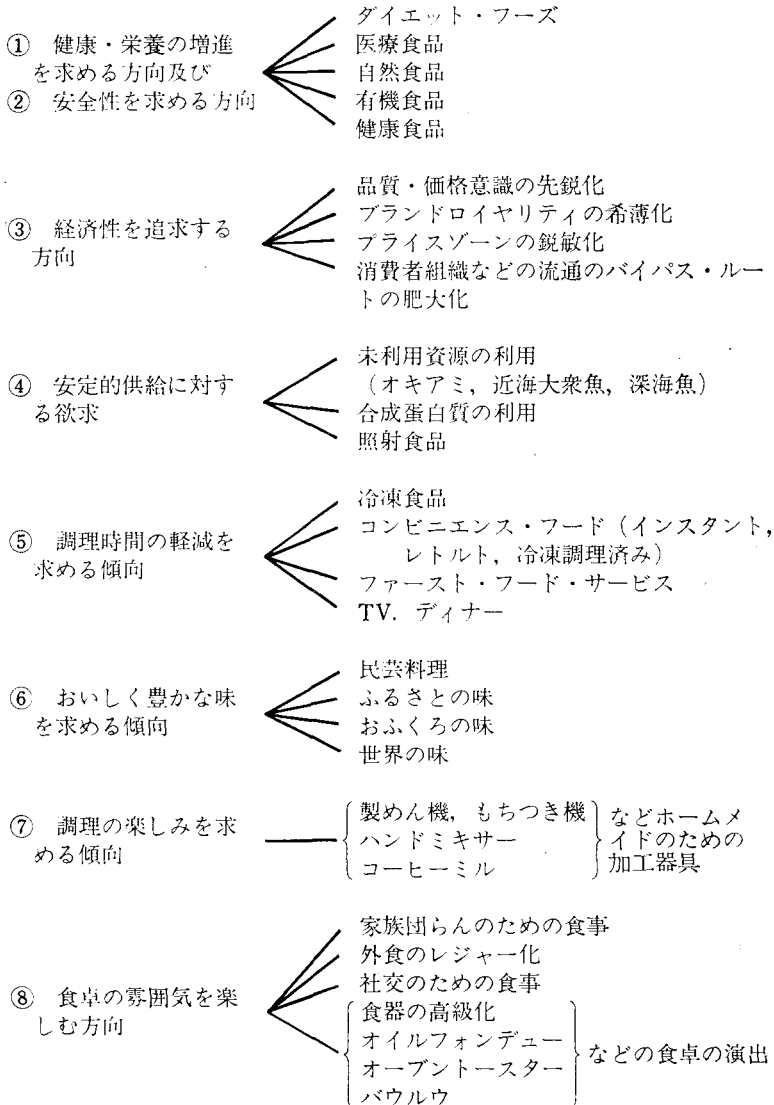
		し て い る	し て い な い	無 回 答	合 計	運 動・ スポ ーツ を し て い る	食 事 療 法	定 期 的 に 医 者 に 通 っ て い る	定 期 的 に 健 康 診 断 を 受 け て い る	早 寝・ 早 起 き・ 休 養	そ の 他	無 回 答	合 計
全 体		84.1	14.8	1.0	100.0(479)	15.9	40.9	28.5	45.7	53.1	4.0	0.5	100.0(403)
性 別	男	85.5	14.0	0.5	100.0(385)	18.2	42.9	25.2	49.8	53.2	4.0	0.6	100.0(329)
	女	77.6	19.7	2.6	100.0(76)	3.4	28.8	44.1	28.8	49.2	5.1	—	100.0(59)
	無 回 答	83.3	11.1	5.6	100.0(18)	13.3	46.7	40.0	20.0	66.7	—	—	100.0(15)
年 令	51～55才	84.4	15.0	0.7	100.0(147)	23.4	36.3	23.4	41.9	54.0	2.4	—	100.0(124)
	56～60才	81.4	18.6	—	100.0(129)	12.4	43.8	29.5	42.9	50.5	1.9	1.0	100.0(105)
	61～65才	84.4	14.8	0.8	100.0(128)	13.0	43.5	27.8	50.0	55.6	6.5	0.9	100.0(108)
	66～70才	92.2	3.9	3.9	100.0(51)	12.8	40.4	38.3	53.2	48.9	2.1	—	100.0(47)
	71才以上	89.5	10.5	—	100.0(19)	11.8	47.1	41.2	41.2	52.9	17.6	—	100.0(17)

(日本リサーチセンター総合研究所)

⑥生活の質的豊かさの追求という6つが主たる生活意識・行動の変化項目であった。だが今後、シルバー層にあっては「低速経済」や「省資源」、「ニューファミリー」などの環境要因に影響された「合理的節約」、「物質離反による精神の尊重」などを基盤におく「自主的生活」や「創造的生活」を目標に「ストック（自然・環境・公共施設・個人財産など）重視」を忘れない健康本位の生活が価値観として進歩してゆくだろう。さらに、高齢者の食生活にあっても、これからは、健康・栄養は当然のことながら、安全性、経済性、調理簡易性、求味性、調理快楽性、食事のムード性、安定供給追求性など図11に示されるニーズとその内容を望むに違いない。

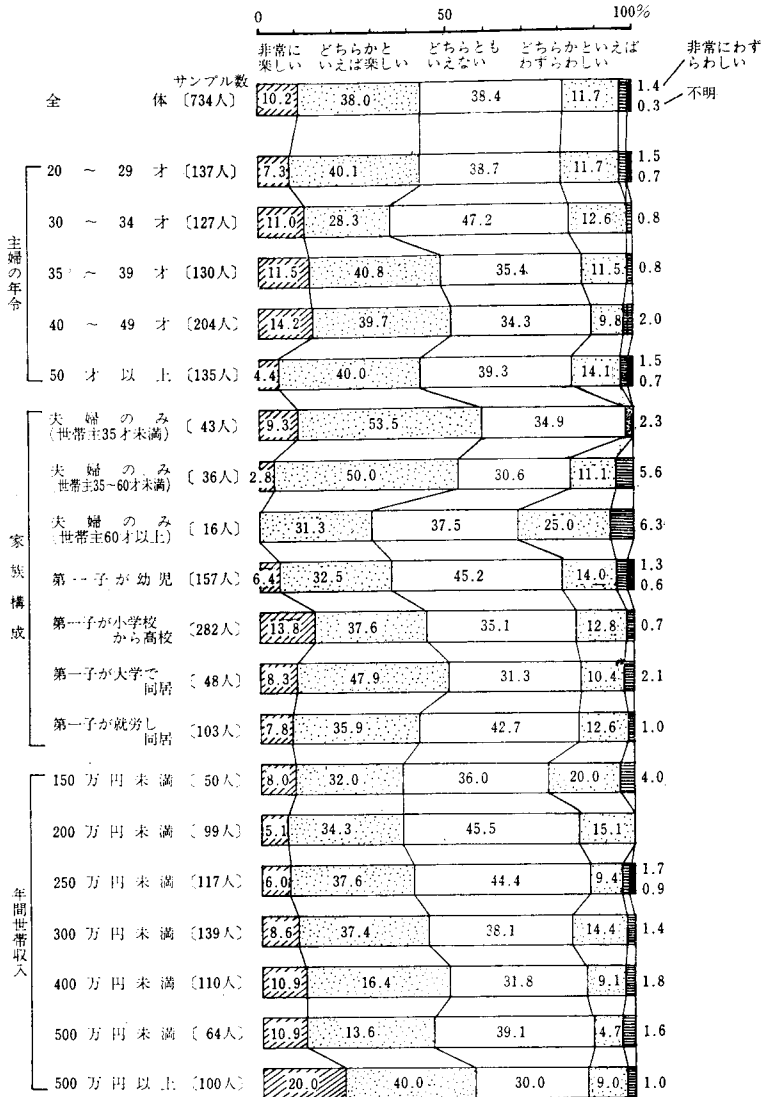
ところで、「料理すること自体が楽しいか」という質問に対する回答は総合して、「非常に楽しい」（10.2%）、「どちらかといえば楽しい」（38.0%）、「どちらともいえない」（38.4%）、「どちらかといえばわずらわしい」（11.7%）、とくに「非常に楽しい」と意識する人たちは、主婦年齢からいって50歳以上では4.4%の少数に過ぎず、また、家族構成からいえば世帯主60歳以上の夫婦のみの生活では皆無であり、年間世帯収入からいえば500万円以上の高所得者層が最も多く20%を占めていることが判明した。（この調査では、500万円（税込み）以上の所得者世帯の主婦は、50歳台が23.0%、40歳台が18.6、35～39歳が14.6%、30～34歳が6.3%、20歳台が2.9%であったから、おおむね年代が高くなるに従って、パーセントが多くなるという正の相関関係をあらわしていた）。結論的には、世帯主年齢が60歳以上で夫婦のみの生活では「料理」自体が楽しいとは全く考えられず、精々第1子の就労している家庭、あるいは第1子が大学に通学している家庭が非常に楽しんで料理をするのであるが、それもそれぞれ1割足らずの世帯に限られていること。そして、150万円未満の新婚家庭と500万円以上の高所得世帯にそれぞれ80%から20%の「非常に楽しい」料理がなされることを浮き彫りにした（図12参照）。

図11 食生活のニーズと基本的傾向



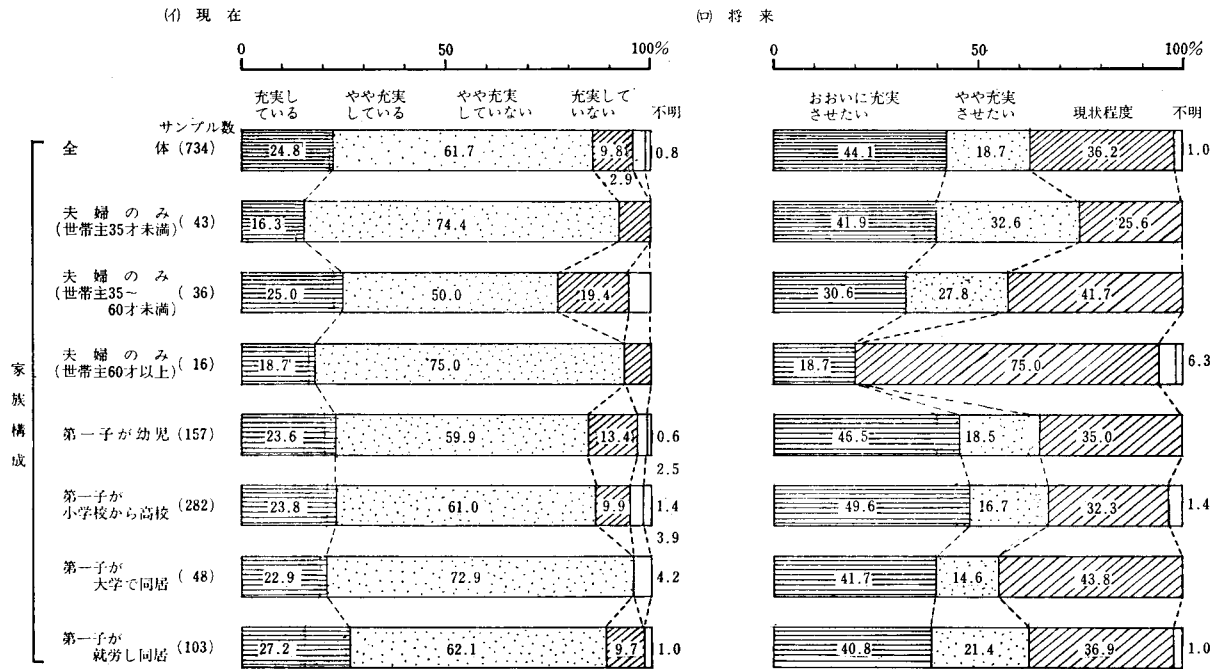
(『ライフスタイルと食生活』)

図12 属性別の料理の楽しみ



(「ライフスタイルと食生活」より)

図13 食生活の充実度合い



(「ライフスタイルと食生活」)

要するに、高齢者世帯（とくに2人のみの場合は極度に）および同居の子供が大学通学以上に到達している家庭ではあまり「料理が楽しくない」のであるが、分析的に興味のあることは、「食生活の充実度合い」についてかなり「充実している」ことを自ら意識し、また、将来、充実した食生活に希望をつないでいることである。それでも世帯主60歳以上の夫婦のみの場合は低調で18.7%に過ぎない（図13参照）。第1子が大学生、また就職して同居中の家庭のパーセントはそれぞれ41.7%、40.8%であるが、小学校から高校は通学するものと同居する世帯の49.6%、また第1子の幼児と同居する世帯の46.5%に比較して、若干低い数値をみせているのは面白い。

次に主婦の年齢別の食生活パターンについて調べると、主婦年齢が50歳以上の場合、次の項目による食品が常時、愛用されていることがわかる。

- ジュースよりも日本茶をよく飲む。
- アルコール類は、ビール、ウイスキーよりも案外、日本酒が多い。
- 料理の味付けにワインを使う。
- 同じく、日本酒、ミリンを使う。
- 刺身をよく食べる。
- 毎日、梅干し、昆布、佃煮を食べる。
- 朝食にご飯、味噌汁、のりを食べる。

これらのよく常用する飲食物をプラス（+）とし、反対にあまり好まれないマイナス（-）食品を示すと次のようになる。

- 週末・休日に普通の食堂で外食することは殆んどない。
- 1日1回のパン食はくずれ気味。
- デザートやおやつを家庭の手造りとししない。ファースト・フーズはあまり食べない。
- 外食の場合、洋食を中心とししない。

- 肉料理はあまり食べない。
- 昼食や夜食にインスタントラーメンをあまり食べない。
- カレーライスはあまり食べない。
- ハム・ソーセージ類はあまり食べない。
- バーベキューはあまりしない。

そして、一般的にいうと、50歳以上の主婦の世帯では食料品をまとめて購入し、料理の献立は買物の場で行ない、季節物に志向し、夕食を家族団らんの場とするよう努める。また、食事に客を招くのも50代の主婦世帯に多いが、店屋物をよく取るのもその年代である。

ところで、国民一般の食生活における加工食品のウェイトは高い。現在ばかりでなく、将来ともその伸びの大きいことは間違いない。加工食料の分類は、①惣菜、②調味料、③香辛料、④インスタント食品、⑤飲料（酒類を除く）、⑥おやつ等に分けられる。インスタント食品、飲料（酒類を除く）のうちには、特に高齢者によく用いられるものは見当たらないのであるが、高齢者世帯の使用理由は次のようなものである。

惣菜……「手間が省ける」、「便利」。

調味料……「必要品だから」、「習慣だから」。

香辛料……「食事にアクセントがつけられる」。

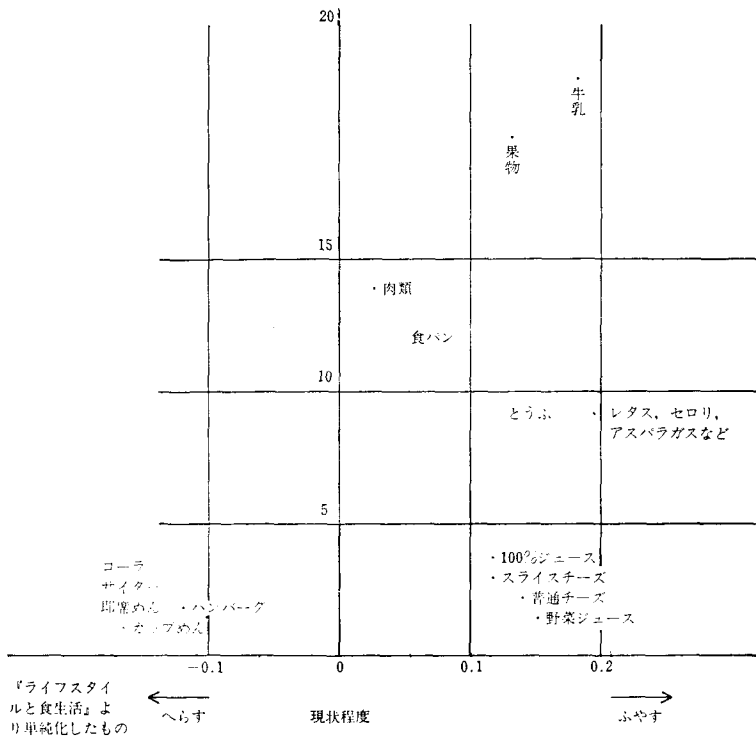
インスタント食品……「保存できる」、「手間がかからない」。

飲料（酒類を除く）……「おいしいから」、「保存できるから」、「客に出せるから」、「習慣だから」。

おやつ……「おいしいから」、「習慣だから」。

そこで、将来、購入を増してゆきたいと思われている加工食品、そして反対に購入を減少させたいと思われている食品、さらに、現状維持で買ってゆきたいと思われている食品はどのようなものがあるかについて、最近における月当りの購入回数との関連について調べた結果、図14にみられる

図14 加工食品の1ヵ月当たり購入回数と今後の購入量
1月あたり購入回数



購入回数が多く、しかも将来量的に購入の伸びが見込まれている「牛乳」、「果物」、「とうふ」、「チーズ」などいずれも高栄養と健康に志向することが主要な理由になっている。つまり「おいしいから」、「習慣だから」、「便利だから」などの理由は二次的なものとなっている。

さて、これまで高齢者における生活意識、生活態度の状態から食生活がどのように、生活全般に位置付けられるかを考慮し、食生活の充実関心度と興味度、高齢者層の食生活パターン（嗜好と今後の購買意識）などにつ

いて検討した。

たしかに食生活は毎日の生活に繰返し営まれるものだけに習慣性を形成する傾向がみられる。しかし、調理に用いられるレンジなどの電気製品、保存目的を果す冷蔵庫・冷凍庫など、さらには食後の食器洗機や同乾燥機などは省力の意味からも徐々に普及購買を進捗させてゆくことになるろう。また、調理素材もこの食生活をさらに個性化、多様化させる意味から堅実な進歩をみせてゆくことであろう。食生活をより豊富かつ円熟させようとする努力のなかに、「栄養」と「健康」に志向する素材が、「美味」と「便利」に志向する素材に変わって、高齢者層のニーズにこたえることになるだろう。

(d) シルバー層の生活時間

NHK放送世論調査所による昭和50年10月に実施された「日本人の生活時間」によれば、高齢者の1日の生活時間は次の通り（表15）である。この表は次の主要点を指摘する。

- ① 男女とも高齢化するに従って睡眠時間が長くなっていて、平日より日曜日のその時間が大きくなっていること。
- ② 食事時間・身のまわり時間は、60歳台と70歳台とは大差ない。
- ③ 仕事の時間が60歳台から70歳台に移ると2時間以上も急減していること（但し、女性は約1時間半ばかり）。
- ④ 交際にあてられる時間が一般に男よりも女が長く、土・日曜を除く平日のそれは70歳台が60歳台よりも著しく延長されている。
- ⑤ レジャー活動の時間が60歳台が40歳台などよりも大きくあてられている。
- ⑥ テレビをみる時間に、40歳台などよりも大きくあてられている。そして、女性が男性よりも見る時間が10分ばかり長いこと。

などである。

表15 高齢者の1日(全員平均時間)

		《男》			《女》		
		60代	70才以上	40代(参考)	60代	70才以上	40代(参考)
(平 日)	生活必需	時間 分					
	すいみん	8.23	9.27	7.57	8.12	9.12	7.17
	食事	1.34	1.39	1.39	1.39	1.39	1.38
	身のまわりの用事	58	1.00	1.01	1.09	1.01	1.13
	仕家	5.37	3.14	8.02	2.51	1.32	4.51
		39	47	23	4.57	3.10	5.05
	余	41	46	37	47	1.13	37
	交休	51	1.38	40	51	1.55	32
	レジャー活動	42	45	25	28	26	21
	新聞・雑誌・本	45	33	42	18	16	25
(土 曜 日)	暇	ラジレ	24	31	39	13	07
	テ	4.13	4.21	2.47	4.23	4.51	3.54
	移動	43	30	1.01	19	15	31
	起床在宅	8.43	10.04	6.03	11.44	12.01	10.33
	生活必需	すいみん	8.34	9.18	7.58	8.04	9.44
	食事	1.41	1.39	1.36	1.41	1.41	1.43
	身のまわりの用事	56	56	59	58	53	1.03
	仕家	5.34	3.07	6.45	2.26	43	4.08
		51	1.04	37	5.12	3.25	5.21
	余	33	39	52	56	48	37
(日 曜 日)	交休	59	1.40	39	55	2.21	38
	レジャー活動	39	54	40	28	20	20
	新聞・雑誌・本	45	47	44	22	13	26
	暇	ラジレ	23	20	45	19	35
	テ	4.29	4.34	3.17	5.01	4.21	4.15
	移動	29	27	1.00	18	09	26
	起床在宅	9.23	10.28	6.57	12.33	12.14	11.19
	生活必需	すいみん	8.51	9.29	8.47	9.49	8.13
	食事	1.42	1.32	1.36	1.43	1.44	1.43
	身のまわりの用事	50	50	55	54	50	1.02
(日 曜 日)	仕家	3.36	2.35	3.17	2.02	49	2.26
		1.16	1.00	1.18	4.35	3.15	5.27
	余	1.05	56	1.18	1.19	1.05	1.02
	交休	59	1.19	40	50	2.11	31
	レジャー活動	1.04	1.20	1.49	31	23	10
	新聞・雑誌・本	39	41	45	17	10	20
	暇	ラジレ	15	14	35	08	29
	テ	4.55	4.56	4.01	4.59	4.31	4.25
	移動	27	22	35	17	08	26
	起床在宅	9.57	10.14	8.46	11.43	11.55	11.11

(日本人の生活時間より)

高齢者の一日のうちに、最長時間を占めるものは、女性では家事、男性は仕事である。平日の主婦による「家事時間」は20代で8時間47分、30代8時間09分、40代7時間27分、50代7時間18分で、60代で4時間57分、70代で3時間10分とかなり縮小されるのであるが、高齢者でも女性の場合は大部分の人が何らかの家事に従事していて、70歳代では92%の人が「家事」をしている。家事に属する「炊事」、「掃除」、「洗たく」、「縫い物・編み物」、「実用品の買物」、「子供の世話」、「家庭雑事」のうち、「炊事」については60代で88%、70代では66%が2時間10分～1時間50分従事しており、他のいずれよりも多くの時間をかける。「炊事」が食生活に密着するのと同じように、生活一般にきわめて密な関係をもつことがわかる。「掃除」は60代で52分（61%）、70代で48分（41%）であるが、洗たく代に関しては60代54分（55%）、70代51分（38%）という数字がみられ、70代になると洗たくは%においてグッと減少している。「実用品の買物」も60代と70代とでは約1時間で、あまり時間的に変っていないが、行為者率において46→27%に急激している。なお、1日のうち、どの時間帯にどのような家事が最もよくなされるかについて、60、70歳代別にみると次のようになる。

		60代	70代
		時 分 時 分	・ ・ ・ ・
炊	事	6.30～8.00	6.30～9.00
掃	除	8.00～10.00	9.00～10.00
洗	た く	7.30～10.30	10.00～10.30
昼	の 炊 事	11.00～13.00	11.30～12.00
縫い物・編み物		10.00～11.00	または
		14.00～16.00	
実用品の買物		15.00～17.00	16.00～17.00

子 供 の 世 話	16.30～18.00	
家 庭 雑 事	8.30～11.00	または
	15.30～17.50	
夜 の 炊 事	16.30～20.00	16.00～18.30

次に余暇時間であるが、これを「仕事」をしている時間と対比においてみると、60代が他の若い年代をこえて、もっとも余暇の割合が大きい（但し16～19歳を除く）。そして、70代はさらに延びてくる。一般に、平日より土曜、土曜より日曜と長くなる。平日における余暇時間（年代・年齢・職業別）ならびに時間分布は次図（図15、図16）の通りである。

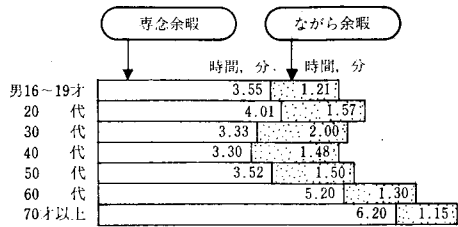
図15の示す「ながら余暇」とは例えば家事をしながらテレビを見るといったもので、「専念余暇」とは、なにもしないでテレビを見るといった場合である。男女とも専念余暇は50→60→70代と進むにつれて多くなること、また、戸外ではなく自宅内余暇が年齢を増すにつれて増加してゆくことが注目される。

ここにいう余暇の内容は、「個人とのつき合い」、「くつろぎ・休息」、「レジャー活動」、「新聞・雑誌・本」、「ラジオ」そして「テレビ」である。これらの中で、テレビの占める割合は最も大きく、年齢の高齢化とともにその割合は大きくなる。（但し、70代は男女とも僅かばかり60代より落ち込む）。高齢者のレジャー活動の主要なものは、「行楽・散策」、「けいごと・趣味」であるが、そのほか「見物・鑑賞」、「スポーツ」、「勝負ごと」など多様で、男性70以上の層には「行楽・散策」（平日で1時間28分、「けいごと・趣味」（平日で1時間34分）、さらに土曜と日曜には2時間近い平均時間がみられている。

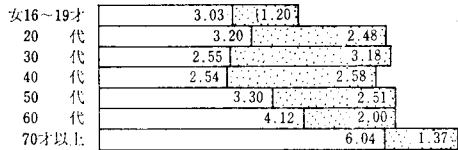
ここで、レジャー活動のうち、無視することのできないものは行動的レジャーとしての「旅行」である。そして旅行のうち、「一泊以上の旅行」が高齢者レジャー活動の中心となっている。もちろん、表16に示されるよ

図15 平日の「余暇」時間(全員平均時間)

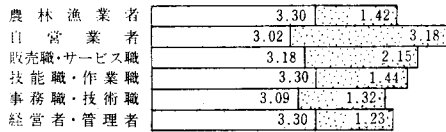
計	自宅内 余暇	自宅外 余暇
時間 分	時間 分	時間 分
5. 17	3. 47	1. 29
5. 59	3. 34	2. 25
5. 33	3. 38	1. 56
5. 18	3. 45	1. 33
5. 41	4. 19	1. 23
6. 49	5. 43	1. 06
7. 36	6. 31	1. 04



4. 23	3. 26	. 57
6. 09	4. 59	1. 09
6. 13	5. 18	. 55
5. 53	5. 02	. 50
6. 21	5. 36	. 45
6. 18	5. 35	. 43
7. 40	7. 05	. 36

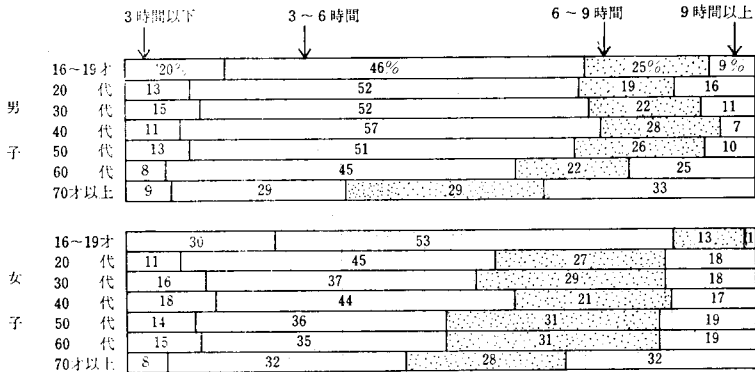


5. 12	4. 21	. 51
6. 20	4. 48	1. 32
5. 33	3. 54	1. 39
5. 14	3. 37	1. 37
5. 41	3. 09	1. 32
4. 53	3. 15	1. 38



(「日本人の生活時間」より)

図16 平日の「余暇」時間の分布



(「日本人の生活時間」より)

表16 年齢別レジャー活動(過去と現在と将来)

			日 本 的 スポーツ	その他の スポーツ	健康を考 えての散 歩	1泊以上 の 旅 行	創 作 活 動	学 習 活 動	編 手 物 芸
男	中年層	過去	23.9	24.6	18.7	32.4	6.7	5.8	0.5
		現在	3.3	25.7	29.2	39.6	5.2	5.4	0.8
		将来	2.9	28.5	21.6	46.3	7.4	3.7	1.1
	高年層	過去	20.1	23.1	12.6	31.6	6.6	6.6	1.7
		現在	2.4	15.8	24.3	37.0	7.6	5.8	1.7
		将来	2.3	13.1	23.8	42.9	8.5	5.8	1.4
	老年層	過去	17.5	21.0	18.8	39.2	7.4	5.0	0.9
		現在	1.0	7.9	29.2	39.6	6.3	3.6	0.7
		将来	1.1	7.2	29.6	43.3	6.8	3.1	0.7
女	中年層	過去	4.0	11.3	8.8	35.8	7.5	5.9	49.1
		現在	0.4	3.5	13.9	37.5	5.9	5.6	44.6
		将来	0.7	4.3	18.9	54.0	9.2	6.8	41.0
	高年層	過去	1.9	8.0	11.2	42.6	5.8	3.6	50.5
		現在	0.1	1.5	16.2	48.2	5.7	3.5	42.4
		将来	0.2	1.6	20.7	55.7	6.6	5.0	24.0
	老年層	過去	1.3	6.0	15.5	36.0	6.5	3.9	43.6
		現在	0.2	0.8	24.7	39.1	5.3	2.8	32.9
		将来	0.1	0.2	24.5	43.5	6.4	3.2	24.8
			日曜大工 園 芸	スポーツ 見 物	演劇・映 画の観賞	けいこ ご こと	趣 味	な し	
男	中年層	過去	25.7	17.4	17.4	6.2	37.0	14.1	
		現在	32.3	17.0	12.4	4.5	38.2	10.6	
		将来	33.7	13.9	13.0	6.2	39.4	9.1	
	高年層	過去	25.7	12.7	13.2	6.2	34.9	16.5	
		現在	33.5	10.4	8.6	3.4	34.4	14.9	
		将来	32.5	8.6	8.6	3.8	34.3	15.5	
	老年層	過去	28.2	11.5	11.8	9.4	34.7	14.9	
		現在	33.9	7.4	9.5	5.7	29.6	16.5	
		将来	32.9	6.2	8.7	6.1	28.2	15.2	
女	中年層	過去	10.8	4.7	20.7	30.6	5.8	15.3	
		現在	16.1	3.1	15.0	17.6	5.1	16.1	
		将来	17.0	3.2	17.5	23.9	6.3	9.3	
	高年層	過去	15.5	4.9	20.9	29.9	6.0	12.5	
		現在	21.0	2.8	15.6	17.5	6.3	14.5	
		将来	20.7	2.6	16.3	22.4	6.0	10.8	
	老年層	過去	16.2	3.2	18.0	27.7	5.4	20.1	
		現在	20.7	1.7	11.3	13.5	4.5	21.4	
		将来	19.6	1.4	10.7	14.0	5.0	20.1	

(日本都市センター「都市中高年層の生活と意識」)

表17 単身者の余暇活動

			スポーツ	健康を 考えての 散歩	一泊以 上の旅 行	創作 活動	学習 活動	編物 手芸	日曜大 工庭い じり	スポー ツ見物	演劇・ 映画の 観賞	けいこ こと	趣味
男	中年層	現在	13.3	20.0	26.7	6.7	6.7	0.0	6.7	20.0	13.3	6.7	66.7
		将来	10.5	10.5	36.8	5.3	5.3	0.0	10.5	15.8	10.5	10.5	52.6
	高年齢層	現在	0.0	16.7	11.1	11.1	5.6	0.0	16.7	5.6	11.1	5.6	16.7
		将来	0.0	22.2	22.2	11.1	5.6	0.0	16.7	11.1	0.0	0.0	27.8
	老年層	現在	15.6	21.9	15.6	9.4	3.1	0.0	28.1	3.1	9.4	3.1	31.3
		将来	15.6	25.0	28.1	6.3	3.1	0.0	28.1	9.4	12.5	3.1	31.3
女	中年層	現在	1.7	13.8	31.0	3.4	3.4	50.0	12.1	0.0	15.5	13.8	10.3
		将来	3.4	12.1	48.3	5.2	3.4	34.5	15.5	1.7	15.5	10.3	6.9
	高年齢層	現在	2.7	13.5	43.2	6.8	6.8	35.1	16.2	5.4	12.2	20.3	6.8
		将来	0.0	16.2	60.8	8.1	5.4	28.4	20.3	5.4	18.9	24.3	6.8
	老年層	現在	2.7	26.1	31.5	8.1	5.4	33.3	14.4	1.8	9.0	23.4	7.2
		将来	0.0	27.9	35.1	9.9	8.1	23.4	15.3	0.9	9.0	19.8	8.1

（日本都市センター「都市中高年齢層の生活と意識」）

うに、男女とも、中・高・老年層とも「一泊以上の旅行」に強い関心と実行を現わしているものであるが、これを老年層に限定して、とくに「単身者」に照点を合わせても、この傾向は如実にみられるし（表17）、レジャー・ブームな「病弱老年層」においても（表18）、また「貧困世帯老年層」（昭和47年10月の総世帯収入12万円以下）にあっても（表19）、将来に実行したいという意欲の強いことが鮮明に現われている。

NHKでも過去における1年間の「1泊以上の旅行」について、その回数をきいたところ、60歳台男性3回以上25%、2回22%、1回25%、計72%、70歳台では3回以上21%、2回9%、1回18%、計48%の高率となった。また、女性で年間「一泊以上の旅行」を3回～1回行なったものは60歳台で66%、70歳台で55%と男性に劣らない高率となった。それに職業別でみて、同じく「一泊以上し旅行」を行なったものについてみると、事務

表18 病弱者のレジャー活動

			ス ポ ー ツ	健 康 を 考 え て の 散 歩	一 泊 以 上 の 行	創 作 活 動	学 習 活 動	芸・庭 日曜大工・園 いじり	ス ポ ー ツ 見 物	映 画・演 劇の賞	趣 味	一 人 当 り レ ジ 量	レ ジ ャ ー 人 口
男	中 年 層	現在	12.2	29.3	31.7	7.3	2.4	43.9	14.6	9.8	26.8	2.00	92.7
		将来	17.1	26.8	46.3	7.3	0.0	39.0	12.2	12.2	26.8	2.05	95.1
	高 年 層	現在	6.8	25.0	28.4	6.8	4.5	36.4	10.2	3.4	26.1	2.01	79.5
		将来	1.1	28.4	33.0	6.8	5.7	27.3	8.0	4.5	27.3	1.93	79.5
	老 年 層	現在	1.6	30.6	26.3	4.8	4.3	28.5	6.5	7.5	23.7	1.89	73.7
		将来	2.7	29.0	32.8	4.8	3.2	38.0	5.9	7.5	21.5	1.92	73.7
			健 康 を 考 え て の 散 歩	一 泊 以 上 の 行	創 作 活 動	学 習 活 動	編 物 手 芸	庭 い じ り	映 画・演 劇の賞	け い こ と	一 人 当 り レ 量	レ ジ ャ ー 人 口	
女	中 年 層	現在	25.0	25.0	4.5	6.3	46.4	20.5	11.6	18.8	2.10	81.2	
		将来	28.6	49.1	10.7	9.8	41.1	23.2	16.1	24.1	2.40	91.1	
	高 年 層	現在	22.7	36.4	5.3	3.8	33.3	25.0	19.7	12.9	2.14	76.5	
		将来	25.8	44.7	3.8	6.1	31.8	23.5	20.5	24.2	2.18	85.6	
	老 年 層	現在	22.1	31.3	1.8	1.5	24.3	22.8	8.5	9.9	1.81	71.0	
		将来	22.4	35.3	2.6	1.8	18.8	20.6	10.3	11.8	1.76	73.2	

(日本都市センター「都市中高年層の生活と意識」)

表19 貧困世帯老人のレジャー活動(男)

			スー ポツ	健康を 考えて の散歩	1泊 以上の 旅行	日曜大 工芸 園芸 庭いじり	演劇 映画の 観賞	趣味	1人当 りレジ ャー量	レジャ ー人口
高 年 層	山手	現在	5.9	35.3	23.5	38.2	8.9	29.4	2.07	82.4
		将来	8.8	23.5	35.3	26.5	5.9	26.5	1.90	85.3
	下町	現在	2.4	24.4	19.5	19.5	0.0	19.5	1.64	68.3
		将来	2.4	17.1	26.8	19.5	2.4	17.1	1.52	70.7
	高槻	現在	9.1	22.7	15.9	29.5	2.3	22.7	1.77	68.7
		将来	4.5	29.5	29.5	38.6	4.5	29.5	1.95	84.1
老 年 層	山手	現在	5.4	25.0	37.5	32.1	3.6	30.4	1.83	83.9
		将来	1.8	32.1	42.9	37.5	7.1	33.9	2.20	87.5
	下町	現在	8.5	25.4	37.3	44.1	6.8	30.5	2.30	78.7
		将来	8.5	28.8	44.1	35.6	10.2	30.5	2.10	81.4
	高槻	現在	2.1	21.3	21.3	14.9	10.6	34.0	1.46	78.7
		将来	6.4	17.0	34.0	10.6	12.8	29.8	1.64	76.6
貧 困 世 帯 老 人 の レ ジ ャ ー 活 動 (女)	山手	現在	3.8	38.8	32.5	41.3	10.0	28.8	1.84	91.2
		将来	5.0	36.3	35.0	45.0	5.0	33.8	2.01	86.2
	下町	現在	1.3	32.0	28.0	33.3	6.7	18.7	1.68	70.7
		将来	2.7	33.3	34.7	30.7	5.3	16.0	1.93	74.7

貧困世帯老人のレジャー活動(女)

			健康を 考えて の散歩	一泊 以上の 旅行	編物 手芸	庭いじり など	演劇・ 映画の 観賞	けいこ ごと	一人当 りレジ ャー量	レジャ ー人口
高 年 層	山手	現在	18.8	31.3	29.2	16.7	18.8	20.8	1.76	87.5
		将来	18.8	41.7	27.1	14.6	18.8	25.0	2.03	81.2
	下町	現在	18.5	50.0	22.2	9.3	9.3	9.3	1.62	83.3
		将来	13.0	63.0	13.0	9.2	7.4	14.8	1.57	85.2
	高槻	現在	28.2	41.0	48.7	38.5	21.8	10.3	2.41	89.7
		将来	35.9	46.2	42.3	38.5	28.2	16.7	2.64	89.7
老 年 層	山手	現在	18.8	46.9	54.7	25.0	6.3	12.5	1.95	87.5
		将来	29.7	53.1	37.5	23.4	6.3	12.5	1.96	85.9
	下町	現在	17.8	32.1	34.5	17.9	7.1	19.0	1.79	81.0
		将来	21.4	35.7	25.0	16.7	14.3	17.9	1.81	83.3
	高槻	現在	12.1	18.2	15.2	3.0	4.5	6.1	1.48	50.0
		将来	19.7	24.2	10.6	7.6	4.5	3.0	1.44	58.1
貧 困 世 帯 老 人 の レ ジ ャ ー 活 動 (男)	山手	現在	30.3	31.8	42.4	28.8	12.1	9.1	2.12	87.3
		将来	31.8	30.3	34.8	27.3	12.1	12.1	2.06	78.8
	下町	現在	31.8	36.5	45.9	14.1	5.9	15.3	1.80	88.2
		将来	34.1	42.4	35.3	11.8	5.9	16.5	1.80	87.1

職と技術職が81%（3回以上29%，2回26%，1回26%），販売職とサービス職が72%，自営業者73%，農林漁業者66%となっている。

計数的に予測した経済企画庁の『10年後の生活予測』によれば，調査対象の半分に近い46.8%が昭和48年の2.6倍の人たち，すなわち470万人が海外観光旅行者として出発することを予想しているが，高齢者の場合，余暇が十分あるので，一段と旅行者が増大することになろう。

[55. 7. 30]